



Chancen nutzen

von Ute Heimann

Immer nur wachsen oder weichen? Noch mehr investieren, noch mehr Schulden? Vielen Landwirten bereitet das Kopfzerbrechen. Oft ist weiteres Wachstum auch schlicht nicht bezahlbar, weil beispielsweise die Pachtpreise astronomisch hoch sind. Ganz abgesehen davon, dass Wachstum allein keinen wirtschaftlichen Erfolg garantiert. Zu unsicher sind die Preise in allen Erzeugungsbereichen.

Viele Betriebsleiter suchen nach anderen Einkommensmöglichkeiten. Die Direktvermarktung ist dabei oft erste Wahl. Landwirtschaftskammern und -ämter beobachten, dass Einsteigerseminare zur Direktvermarktung zunehmend gefragt sind. Die Stimmung ist günstig. Regionalität und gute Lebensmittel mit gesicherter Herkunft sind gefragt. Das wissen auch die Betriebe und möchten den Trend nutzen. An Ideen mangelt es den Betriebsleiterinnen und Betriebsleitern nicht. Sie setzen auf artgerechte Tierhaltung oder schonende Anbaumethoden und punkten damit bei den Kunden. Oder sie heben sich mit außergewöhnlichen Produkten von ihren Mitbewerbern ab.

Natürlich kann und will nicht jeder Landwirt Direktvermarkter werden. Man muss die passende Persönlichkeit mitbringen, gerne mit Menschen umge-

hen und damit klarkommen, dass regelmäßig Kunden auf den Hof kommen. Es geht auch nicht ohne Investitionen, etwa in den Umbau und die Einrichtung eines vorhandenen Gebäudes zu einem Hofladen. Aber mit dem passenden Produkt und einem guten Standort kann der Ab-Hof-Verkauf die Existenz des Betriebes sichern. In vielen Fällen ist die Direktvermarktung am Ende sogar der Wachstumsmotor für das Unternehmen. In der Praxis finden sich zahlreiche Beispiele für Höfe, die über die Direktvermarktung beispielsweise den Sprung vom Neben- in den Vollerwerb geschafft haben.

Obendrein dient die Direktvermarktung dem Gemeinwohl. Denn sie ist nicht nur für den einzelnen Betrieb ein Vorteil, sondern, so pathetisch es klingt, zudem ein Gewinn für den ländlichen Raum. Mehr Betriebe sorgen für eine vielfältige Agrarstruktur und – Direktvermarkter halten mit ihren Aktivitäten ganze Dörfer am Leben. Sie halten die Stellung, wo sonst keine Infrastruktur mehr da ist. Post weg, Arzt weg, Supermarkt sowieso – in vielen Dörfern ist der Hofladen oder der Verkaufswagen, der regelmäßig vorfährt, die einzige Einkaufsstätte und damit Treffpunkt im Ort. Das leisten Direktvermarkter quasi nebenbei. Hut ab.

So erreichen Sie uns

Anzeigen-Service

Landwirtschaftsverlag GmbH
48084 Münster
Petra Feldmann
Tel. (025 01) 801 26 50
E-Mail: petra.feldmann@lv.de

Abonnenten-Service

Sabine Winkler
Tel. (025 01) 801 43 75
E-Mail: vertrieb@hofdirekt.com

Ansprechpartner Österreich

Ing. René Nöhler
Tel. (00 43/22 36) 2 87 00 11

Redaktion

HOF direkt, Postfach 49 29,
48028 Münster
Tel. (025 01) 801 82 20
Fax (025 01) 80 18 36
E-Mail: hofdirekt@wochenblatt.com,
www.hofdirekt.com

Unser Titelbild zeigt den Hofladen Weitzer in Großberg im Oberpfälzer Landkreis Regensburg in Bayern.
Titelbild: M. Drießen

Aktuelles

- 3 Inhalt/Kommentar
- 4 Wer, wo, was
- 5 Kurz und knapp
- 6 Frage und Antwort
- 10 Messen:
Gute Stimmung auf der Expo
- 12 Nützlich und gut

Hofladen des Jahres: Hier sind die Gewinner



- 16 **1. Platz: Hof Holste**
- 20 2. Platz: Strudels Scheunenlädele
- 24 3. Platz: FrischHof Hofladen

Fleisch, Wurst & Fisch

- 28 Das ganze Tier verwerten

Gäste & Feste

- 30 Speisen kalkulieren:
Der Faktor macht's

Glas & Flasche

- 34 Rum aus dem Schwarzwald

Regal & Theke

- 38 Ge-Nuss-Garantie

Hofladen & Markt

- 42 Vorfahrt für Sauberkeit
- 46 Daten in die Cloud?
- 49 Kommen wir ins Geschäft?
- 54 Alles was Recht ist:
Nur mit Arbeitsvertrag

Rubriken

- 62 Offene Türen
- 64 Schönes für den Hofladen
- 66 Warenkunde
- 68 Rezepte
- 70 Impressum